



European Travel Commission - Generazione Z e futuro del turismo in Europa

La generazione Z ha oggi un'età compresa tra gli 8 e i 24 anni. Sono giovani cresciuti avendo ampio accesso ad internet e nei prossimi anni saranno la fetta più consistente del mercato del turismo.

Appena le restrizioni COVID verranno superate questa generazione è pronta ad esplorare di nuovo il mondo. Oltre a subire i limiti imposti dalla crisi COVID, questa generazione è cresciuta in un mondo di valori influenzato dalla crisi finanziaria del 2008, da crisi geopolitiche e terrorismo, dai mutamenti climatici, dai valori liberali e della globalizzazione.

La European Travel Commission con una ricerca condotta dalla società Toposophy, ha voluto approfondire le aspirazioni di questa generazione, al fine di poter meglio orientare le scelte in campo di politiche del turismo in Europa. Il campione di rilevazione ha compreso giovani dei mercati "outbound" di Cina, Stati Uniti, Regno Unito, e Germania.

Poiché già prima del COVID il viaggio faceva parte dello stile di vita della generazione Z, si prevede che questi giovani saranno i primi a rimettersi in moto dopo il fermo dovuto al COVID. Digitalizzazione, sostenibilità, telelavoro, vacanze multiesperienziali sono fattori che già hanno ispirato in passato questa generazione e continueranno ad esserlo in futuro.

Benché per definizione i giovani dispongano di un livello di reddito poco elevato, tanto più che in molti paesi la ricerca di un lavoro e di un reddito sicuro costituisce un problema per loro, lo studio parte dal presupposto che i nati tra il 1996 e il 2002 rappresentino una fetta di consumatori le cui aspettative e preferenze già oggi influenzano il mercato mondiale del turismo. La generazione Z nel mondo ha già superato per dimensione la generazione precedente dei "millennials".

Per quanto riguarda i giovani europei, l'indagine ha preso in considerazione un campione di ragazzi in Germania e nel Regno Unito. Premesso che si tratta di giovani cresciuti in un periodo di relativa insicurezza economica e preoccupazione rispetto ai cambiamenti climatici, a confronto con i giovani della stessa generazione del resto del mondo, i giovani tedeschi sono i meno inclini a credere nelle istituzioni, sono più attenti alla protezione della privacy, e hanno un maggior desiderio di costruire una famiglia in futuro. Il 42% sono sempre attivi sul proprio smartphone specialmente su Youtube (69%) e Instagram (59%) ma considerano la pubblicità sui social come un disturbo, sono molto interessati a cibo e bevande come aspetti dell'esperienza turistica, ma apprezzano molto anche la possibilità di praticare sport o esperienze culturali e di apprendimento durante le proprie vacanze.

Lo studio intero di 115 pagine può essere scaricato dal sito della European Travel Commission al link:

https://etc-corporate.org/uploads/2020/07/2020_ETC-Study-Generation-Z-Travellers.pdf